



**HAL**  
open science

## Tourisme d'affaires -Tourisme de réunions et de congrès

Sylvie Christoffe

► **To cite this version:**

Sylvie Christoffe. Tourisme d'affaires -Tourisme de réunions et de congrès. Les espaces du tourisme et des loisirs, pp.113-125, 2017. hal-03520133

**HAL Id: hal-03520133**

**<https://hal.science/hal-03520133>**

Submitted on 25 Jan 2022

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

## CHAPITRE 10

# Tourisme d'affaires - Tourisme de réunions et de congrès

(Sylvie Christofle)

### SOMMAIRE

1 Du tourisme et des mobilités d'affaires au tourisme de réunions et de congrès.....	114
2 Trajectoires de localisation, à la fois reflets et vecteurs de la mondialisation .....	118

Tourisme, affaires, deux mots a priori antinomiques. Selon l'acception commune, le tourisme serait associé au(x) loisir(s), vacances, liberté... A contrario, le terme «Affaires» renverrait au labeur et au temps contraint. Aussi, le tourisme d'affaires est une catégorie discutée par bon nombre de chercheurs.

Le «Tourisme d'affaires» est une dénomination recouvrant des réalités complexes, mal connues. Une mise au clair s'avère indispensable. La partie 1 est donc consacrée au «tourisme d'affaires» et aux opérations le composant, menant à une différenciation des mobilités et à une définition du tourisme de réunions et de congrès, structuration et enjeux majeurs. La partie 2 est dédiée à la répartition multiscalaire des destinations de congrès, à la fois polarisée et en recomposition. Enfin, l'étude des processus de mondialisation, de stratégies d'acteurs et de politiques d'aménagement permettra de saisir les dynamiques de construction des territoires du tourisme de réunions et de congrès.

# 1 Du tourisme et des mobilités d'affaires au tourisme de réunions et de congrès

## 1.1 Des mobilités hétérogènes, mal connues, nécessitant un cadrage

Pour B. de Sèze, le tourisme d'affaires « associe, d'une part, le tourisme, c'est-à-dire les déplacements et la consommation nécessaires aux personnes en déplacement (hébergement, restauration, accueil, transferts et parfois loisirs...) et, d'autre part, une fonction professionnelle ou sociale (prospection de clientèle, chantiers, négociations, rencontres de spécialistes, études, formation, visites techniques...). Plus généralement, on considère que le tourisme d'affaires regroupe des déplacements individuels ou organisés, effectués pour des motifs professionnels et dont la durée est d'au moins 24 heures ». Cette forme touristique comprendrait quatre types d'opérations : voyages d'affaires individuels ; foires et salons ; réunions de stimulation, séminaires et réunions d'entreprises ; enfin, congrès et conventions d'entreprise. Sont ainsi agglomérées des manifestations aux motivations de déplacement, pratiques, publics, temporalités, localisations, formats différents, dont le rapport avec les affaires est parfois clair, parfois beaucoup moins, voire inexistant.

### a Voyages d'affaires – Foires et salons

Démarcher, rencontrer des prospects et des clients, assurer la maintenance ou la réparation d'un produit motivent le déplacement des voyageurs d'affaires (commerciaux de terrain, chefs d'entreprise, techniciens...) et des participants à des foires et salons. Le voyage est individuel ; c'est du temps de travail ; la destination dépend exclusivement des besoins de l'entreprise. Ce sont donc des mobilités d'affaires.

### b Réunions d'entreprise – Réunions de stimulation-Séminaires

Les rencontres d'entreprise sont de petite taille. Les réunions de stimulation, de motivation (voyages de récompense ou *incentives*) priment des employés<sup>1</sup> d'une ou de plusieurs sociétés, ou peuvent contribuer à une meilleure entente collective (*team building*). Elles ont pour fonction de dynamiser des équipes. Sont privilégiées les destinations touristiques : Côte d'Azur, Thaïlande, par exemple, pour des jeux, découverte... financés par l'entreprise (conjoint(e) parfois compris). Les séminaires sont surtout à usage de formation ; la majorité se déroule dans les locaux des organismes, ou dans des hôtels.

.....

1. Essentiellement réseaux et forces de vente.

Ces mobilités sont professionnelles; les pratiques et les localisations des *incentives* sont identiques au tourisme de loisirs de groupe.

*Congrès et conventions* accueillent de nombreux participants<sup>2</sup> et se déroulent à intervalles réguliers. Ils diffusent savoir ou expérience, nouveautés, via une réunion thématique. Un congrès peut également regrouper des délégués élus, qui décident de stratégies communes. Certaines conventions demeurent professionnelles, d'autres sont fondées sur les loisirs, la culture<sup>3</sup> (conventions manga par exemple). Les congrès sont majoritairement planifiés par le monde associatif/institutionnel sur des thèmes socio-professionnels, scientifiques, médicaux, de société<sup>4</sup>, de loisirs, liés à des passe-temps<sup>5</sup> etc. et les congrès d'entreprises se multiplient. L'objectif reste d'optimiser échanges d'information et interactions entre membres d'une communauté. Pour cela, alternent temps de sessions (séances plénières, commissions, ateliers) et temps de loisirs (pauses-café, visites culturelles, dîner de gala, sorties, voyages pré et post-congrès)<sup>6</sup> favorisant les rencontres et les discussions informelles nourrissant le lien communautaire. Sauf exception, les membres sont libres d'assister, ou pas, à ces congrès. Ces manifestations, auxquelles on associe généralement *workshops*, colloques, *symposia*<sup>7</sup> se localisent essentiellement dans des métropoles et/ou des lieux touristiques.

## 1.2 D'une terminologie peu explicite, en constant mouvement... au tourisme de réunions et de congrès: structuration et enjeux

Les déplacements étudiés sont individuels ou collectifs, de tailles, de motivations et d'objectifs variés. Leur hétérogénéité et le manque de succès de la dénomination « tourisme d'affaires »<sup>8</sup>, peu explicite, explique les tentatives du monde académique, de professionnels du secteur et d'institutions de renommer tout ou partie de ces opérations (Figure 10.1).

.....

2. Plusieurs centaines à plusieurs milliers de participants, voire plus, cf. les méga congrès de de 10000 congressistes: par exemple, le congrès *Europario 8* (organisé par la Fédération européenne de parodontologie) en 2015 au Royaume uni.

3. Notion contemporaine de « *bleisure* »: contraction de « *business* » et « *leisure* ».

4. Exemple: 17<sup>e</sup> Congrès de la Fédération Française des Usagers de la Bicyclette (Nantes), 2017.

5. Exemple: Congrès de la Fédération Française des Amateurs de Minéralogie et Paléontologie, (Dijon), 2017.

6. Le temps hors session est variable mais peut être de durée importante (Figliera et Tosetto, 2001 ; Christoffe, 2014).

7. Plus petits, les colloques, symposia et réunions assimilées (Christoffe, 2014) ont globalement les mêmes objectifs et les mêmes localisations que les congrès.

8. *Idem* pour son équivalent en langue anglaise « *business tourism* ».

Une série d'acronymes existe<sup>9</sup> dont le plus connu est MICE (*Meetings, Incentives, Congress* (ou *Conventions*), *Exhibitions* (ou *Events*)) voire MICE Industry<sup>10</sup> ou Meetings Industry (OMT, 2014). En France, la dénomination « Industrie des rencontres et des événements professionnels » est usitée par Atout France<sup>11</sup>. Fin 2016, est signé par le gouvernement français un contrat de filière « Rencontres d'affaires et événementiel ». Rappelons que les unes sont fondées « sur le maintien et le développement des activités commerciales » (Fabry, 2016), et sur la récompense (voyages d'affaires, foires, salons, *incentives*) ; les événements congressuels sont motivés par l'échange d'information et l'interaction entre membres d'une communauté, professionnelle ou non : congrès d'entreprises ou associatifs, conventions, colloques, séminaires...

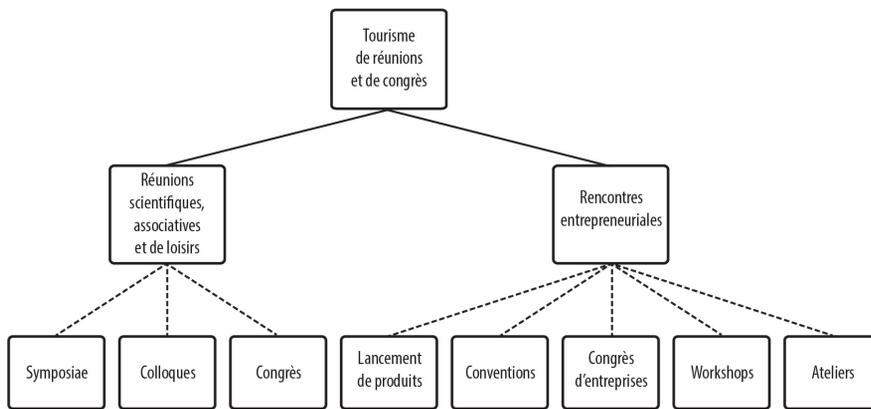


Figure 10.1 – Définition et composition du tourisme de réunions et de congrès

Le tourisme de réunions et de congrès (*Convention Tourism*) peut se définir comme le regroupement, dans un environnement différent de celui pratiqué de manière habituelle, sur deux jours ou plus, de personnes issues d'horizons variés mais d'une même communauté (entrepreneuriale, associative etc.), pour participer à un événement mixant temps de rencontre thématique (sessions) et moments de loisirs, afin de transmettre ou accueillir des savoirs ou expériences, échanger des idées, se retrouver, nourrir un lien communautaire, voire décider d'un projet commun.

.....  
9. MECE (*Meetings, Events, Conventions and Exhibitions*), MCE (*Meetings, Conventions and Exhibitions*), CEMI (*Conventions* (ou *Conferences*), *Exhibitions, Meetings, Incentives*) etc. sachant qu'au mot français « congrès » correspond « conference » en anglais britannique, « congress » en Europe continentale et « convention » en anglais américain.

10. *Industry* a ici le sens de filière.

11. Agence de développement touristique de la France.

Le tourisme de réunions et de congrès se structure autour de quatre principaux acteurs : planificateurs de congrès (commanditaires)<sup>12</sup>, participants<sup>13</sup>, décideurs territoriaux, professionnels du tourisme<sup>14</sup> (Christofle, 2012). À l'échelle des donneurs d'ordre, l'important est la réussite de la réunion. Les congressistes apprécient un séjour enrichissant et agréable, la découverte de lieux intéressants. Les responsables territoriaux, aux échelles locale et nationale, espèrent des retombées positives sur leur espace (image, emplois...). Les enjeux sont essentiellement communicationnels, économiques et politiques. Un congrès, notamment international, valorise, à la fois, la destination (ville, État), les organisateurs et les participants et ce, crescendo, en fonction de la notoriété du commanditaire (entreprise multinationale, institution internationale...) et des intervenants, de l'envergure de la rencontre, de sa fréquence. Par exemple, les rencontres du Forum Économique Mondial médiatisent mondialement la petite ville suisse de Davos chaque année. Même si tous les événements congressuels n'ont pas la même ampleur, le principe reste le même. Accueillir un congrès, avoir une médiatisation soutenue, mettre tous les moyens en œuvre pour que planificateurs et congressistes apprécient le lieu, diffusent un bon bouche-à-oreille, reviennent pour d'autres opérations ou des vacances... a un impact pluri-échelles sur l'attractivité du territoire. Les enjeux économiques sont fondamentaux, sachant qu'1/5<sup>e</sup> des arrivées touristiques est motivée par les affaires et les congrès<sup>15</sup> (OMT, 2014). La France possède 200 sites dédiés (palais des congrès...) et 1 400 sites non spécialisés ; en 2015, elle a accueilli 2 800 congrès (875 de plus de 500 participants), 1,6 million de congressistes dont 352 000 étrangers<sup>16</sup>. 1 075 entreprises et 120 000 emplois sont comptabilisés<sup>17</sup> pour 7,5 milliards d'euros de retombées économiques directes soit 1/6<sup>e</sup> des recettes touristiques globales du pays et 30,5 milliards d'euros pour les retombées indirectes (UNIMEV, 2016). C'est donc un marché à forte valeur ajoutée. Enfin, les enjeux sont symboliques et politiques. En effet, accueillir des événements congressuels, notamment internationaux, conforte le pouvoir des dirigeants, perçus comme dynamiques et efficaces, met en valeur le territoire et ses habitants, particulièrement dans les pays émergents<sup>18</sup> et les cités inter-

.....  
12. Représentant la collectivité, ce sont les donneurs d'ordre du système. Ils peuvent organiser directement la réunion ou sous-traiter la logistique à des professionnels.

13. Membres de la communauté (entrepreneuriale, scientifique, associative...), ils font le succès de la manifestation par leur nombre, sachant que la participation à toutes les réunions non entrepreneuriales, même professionnelles (colloques scientifiques, par exemple) est volontaire. La destination, la qualité du programme, la renommée des intervenants jouent un rôle éminent dans la décision de déplacement (UNIMEV, 2014: 16).

14. Sites et fournisseurs de services, hébergeurs, information touristique, bureaux de congrès, etc.

15. Le terme « congrès » est ici, et ultérieurement dans le texte, utilisé comme terme générique concernant les réunions qui composent le tourisme de réunions et de congrès, pour éviter des lourdeurs en citant systématiquement tous les types de rencontres.

16. UNIMEV cité par Atout France, 2015.

17. Filière foires, salons et congrès.

18. Ou récemment entrés dans le camp des grandes puissances économiques : Chine...

médières à l'échelle internationale (à l'exemple de Lyon pour la France)<sup>19</sup>, accroissant ainsi le rayonnement des lieux et confortant leur image.

## 2 Trajectoires de localisation, à la fois reflets et vecteurs de la mondialisation

Les congrès se sont surtout développés dans les années 1950, grâce au besoin de rencontres (milieux scientifiques et médicaux, puis technologiques, sociétaux...), à la multiplication d'organismes (institutions, associations, entreprises...), et à la structuration de l'offre touristique. Lors des années 1980-1990, une nouvelle vague d'expansion du tourisme international, de loisirs et de congrès a eu lieu. Cependant, les espaces du tourisme ne sont pas répartis équitablement sur les territoires.

### 2.1 Une distribution géographique polarisée, en recomposition

Les congrès nécessitent accessibilité aisée, hébergement et restauration de taille et gamme appropriées, sites de réunion adaptés, services, possibilités de divertissements, culture, loisirs, shopping, attrait touristique et image.

Beaucoup de rencontres ont lieu dans des stations et villes touristiques. Pour les organisateurs et les congressistes, l'intérêt réside dans l'attractivité des destinations, une bonne accessibilité et une offre touristique structurée. Les professionnels du tourisme et les responsables territoriaux apprécient cette clientèle au pouvoir d'achat élevé; les dépenses journalières sont deux voire trois fois supérieures en moyenne à celles des touristes de loisirs (Observatoire du Tourisme-Touriscope, 2016) De plus, la saisonnalité est inversée: la haute saison est, en hémisphère nord, printemps et automne. Les états possédant stations et villes touristiques renommées, par exemple, en France: Deauville, Megève, Nice... sont alors privilégiés, et le secteur des congrès participe activement au maintien et au développement de l'animation et l'emploi touristiques. Les congrès de grande taille souvent initiés par des relais sur place<sup>20</sup>, nécessitent des équipements de transport performants, des installations touristiques et des savoir-faire de haut niveau; les commanditaires et les congressistes, souvent expérimentés, sont exigeants sur la qualité, la réactivité et l'efficacité des services. Ils souhaitent des métropoles internationales avec une animation variée et des possibilités de découvertes renouvelées.

.....  
19. Lyon a accueilli en 2017 les 2550 congressistes du congrès annuel de *the European Society for Vascular Surgery* devant la capitale de l'Autriche, Vienne.

20. La majorité des congrès sont « tournants », changeant de lieu à chaque opération; les relais sur place sont les représentants de l'organisme à l'échelle locale: laboratoire, association... qui candidatent pour que la prochaine session du congrès se déroule dans leur ville.

Du XIX<sup>e</sup> siècle à l'orée des années 2000 les lieux des congrès incontournables étaient les stations et les grandes villes d'Europe et d'Amérique du Nord, rejoints par le Japon dans les années 1960. Des modifications importantes de cet ordre géographique ont lieu actuellement avec une polarisation mondiale tripartite (Figure 10.2).

L'Europe est toujours *leader*, toutefois en baisse relative : l'Europe occidentale absorbait 80 % des congrès internationaux en 1945 contre 50 % actuellement. Les principaux pays d'accueil des congrès internationaux (Union des Associations Internationales-UAI, 2016) demeurent localisés dans sa partie occidentale (Figure 10.3)<sup>21</sup>. La Belgique, en troisième position mondiale<sup>22</sup>, a dépassé la France (5<sup>e</sup> place), suivie de l'Allemagne, l'Espagne, l'Italie, du Royaume-Uni, de l'Autriche, des Pays-Bas. Les principaux foyers récepteurs européens (Figure 10.4) sont les grandes capitales : Bruxelles, Paris, Vienne, Berlin, Londres... et deux métropoles : Barcelone, Genève.

Les États-Unis demeurent le premier pays d'accueil mondial mais la part relative de l'Amérique du Nord est en décroissance, avec 15 % des congrès internationaux (UAI, 2016).

L'Asie est passée de 5 % dans les années 1960 à plus de 30 %. En sus du Japon (7<sup>e</sup> rang mondial), l'Asie compte sur des destinations en vogue comme la Corée du Sud (2<sup>e</sup>), Singapour (4<sup>e</sup>), mais aussi, à un rang moindre mais en hausse, la Thaïlande (13<sup>e</sup>), la Malaisie (17<sup>e</sup>), la Chine (21<sup>e</sup>). Les villes majeures sont les capitales émergentes d'Asie du Sud-Est (Bangkok, Thaïlande, Kuala Lumpur), près du *leader* régional singapourien, la capitale du Japon (Tokyo) et les deux villes phares de la Corée du sud, Séoul, la capitale, et la ville touristique de Busan.

Sur quoi se fonde cette recomposition ? Quels sont les ressorts de construction des territoires du tourisme de réunions et de congrès ?

.....  
21. La Turquie apparaît sur cette carte, ce pays faisant partie du bloc Europe dans la source statistique utilisée : UAI, 2016.

22. En 2015.

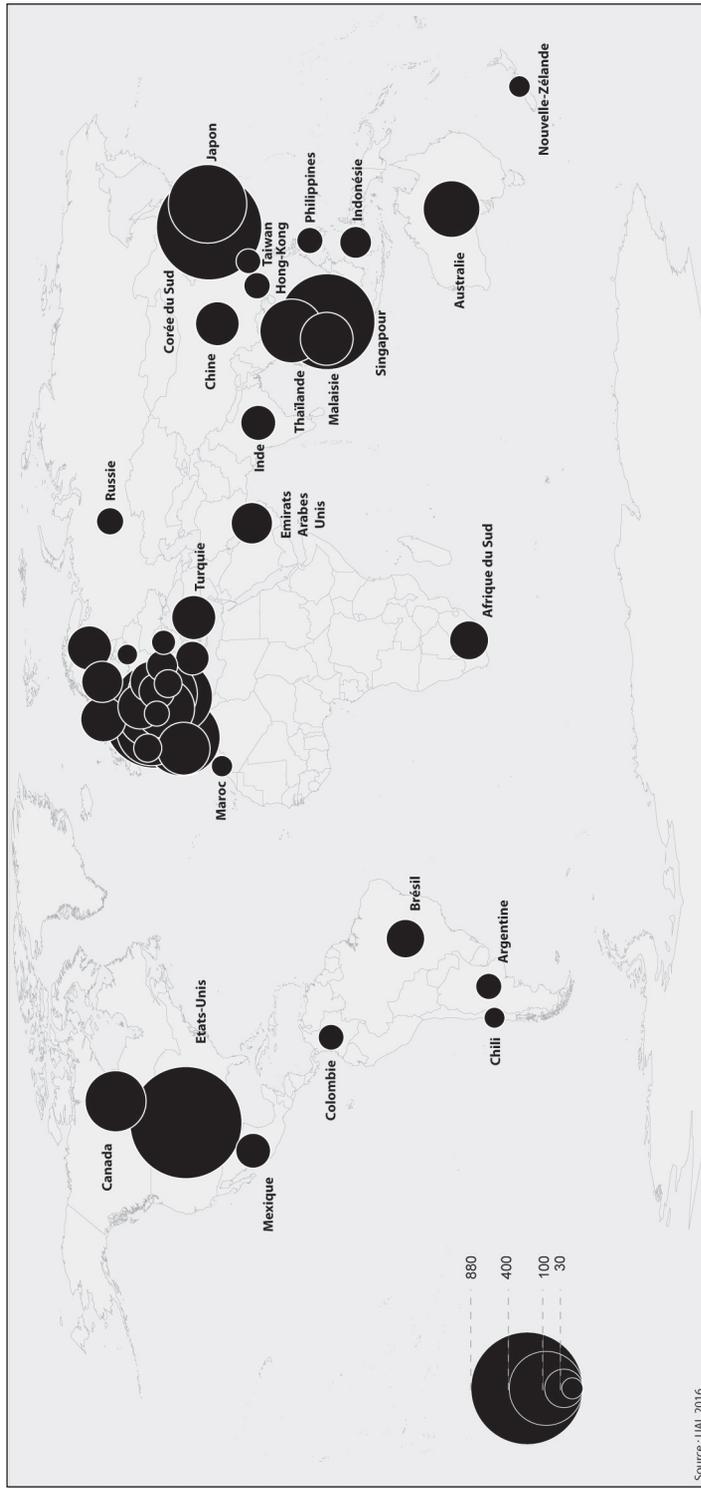


Figure 10.2 – Pays d'accueil des congrès internationaux UAI en 2015 – seuil de représentation 30.

Source: UAI 2016

© Armand Colin. Toute reproduction non autorisée est un délit

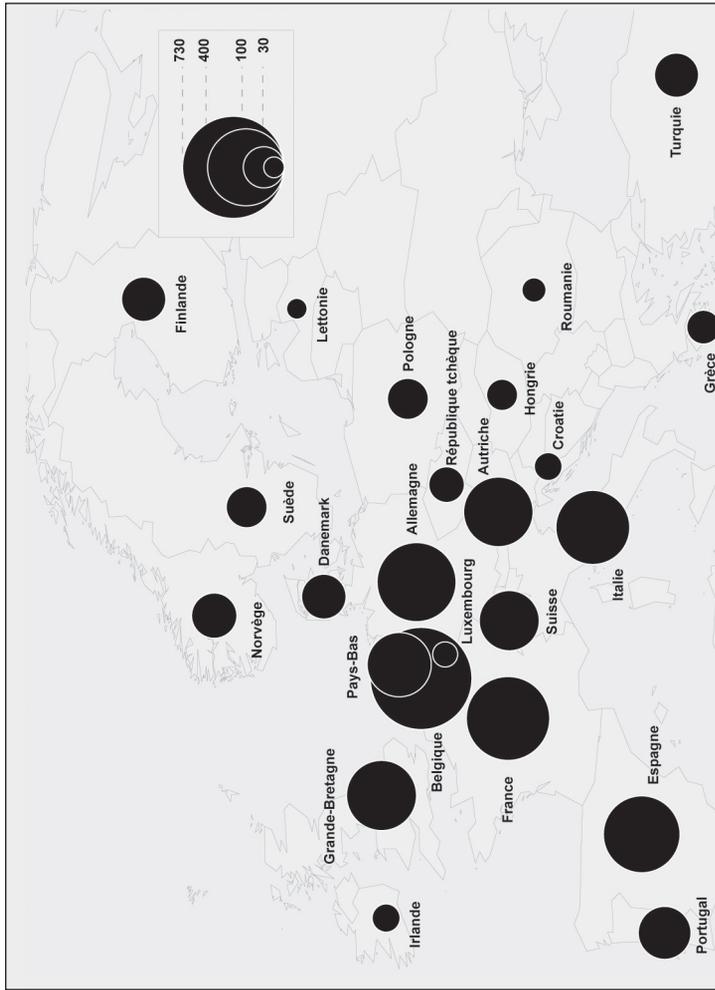


Figure 10.3 – Pays d'accueil des congrès internationaux UAI en 2015 – seuil de représentation 30  
Source : UAI 2016



## 2.2 Dynamiques de construction des territoires du tourisme de réunions et de congrès

L'UAI<sup>23</sup> signale le passage de moins de 900 congrès internationaux dans les années 1960 à plus de 12 000 en 2016 ; toutes les destinations congressuelles ont profité de ce développement. Cependant, l'ouverture et le renforcement politique, économique, scientifique, puis touristique, de pays asiatiques, les effets de la mondialisation ont entraîné des impacts plus forts en Orient. Des touristes affluent vers les nouvelles destinations. Des relais et des réseaux se créent sur place (entreprises, laboratoires, associations, universités...) dans tous les secteurs (entrepreneurial, scientifique, médical, culturel, social, sportif...), qui organisent des réunions ou établissent des dossiers de candidature pour accueillir des congrès à Singapour, en Corée du sud, en Thaïlande voire en Malaisie ou aux Philippines. Ces opérations, autrefois cantonnées dans les pays de la Triade<sup>24</sup>, se distribuent de nos jours de plus en plus en Asie, suivant le même processus que les *mega events* du type Jeux Olympiques, Expositions universelles voire Grands prix de Formule 1 (respectivement accueillis à Pékin-Beijing en 2008, Shanghai en 2010, ou réactivé à Singapour à partir de 2008...). Bien évidemment, le renforcement des réseaux asiatiques engendre, au-delà de l'accueil de congrès mondiaux, le besoin de manifestations nationales et internationales sur place.

Les destinations sont donc en concurrence pour recevoir les réunions et bénéficier des retombées économiques, médiatiques et politiques. La compétition est devenue plus intense car, malgré l'augmentation du nombre de congrès, l'offre s'accroît rapidement. En effet, le tourisme de réunions et de congrès est une activité internationale qui peut être impulsée localement. Par conséquent, des lieux (pays, villes) qui étaient en marge peuvent se retrouver concurrents sérieux des places-fortes traditionnelles du secteur.

Les congrès prennent place « naturellement » dans les capitales et métropoles des pays avancés (Paris, Londres, Genève...) ou dans les grands lieux touristiques de renommée mondiale (Las Vegas, Orlando, Macao...). Dans le premier cas, le tourisme de réunions et de congrès se nourrit du terreau local internationalisé, des relais sur place, des multiples réseaux formels et informels qui animent ces villes mondiales. Dans le second cas, les facteurs touristiques jouent en faveur des destinations.

À partir des années 1980 en France et en Europe, des années 2000 en Asie, des responsables territoriaux ont souhaité accueillir des congrès ; ils ont alors mis en place des actions volontaristes. L'amélioration de l'accessibilité et les aménagements de quartiers dédiés au tourisme, à la culture, aux congrès et autres activités internationales, via de

.....  
23. L'Union des Associations Internationales (UAI), centre de documentation/institut de recherche spécialisé dans la collecte et la distribution de données relatives aux organisations et associations internationales, diffuse des informations sur les congrès internationaux depuis 1960.

24. Amérique centrale et du Sud, Océanie et Afrique (à l'exception de quelques ancrages congressuels : Mexique : Mexico et Cancun, Brésil : Rio, **São Paulo**, Australie : Sydney...) demeurent des espaces périphériques, voire en marge, du système des congrès internationaux.

grands projets urbains, ont métamorphosé des pans entiers de territoires : par exemple, en France, de nombreuses métropoles régionales, au premier rang desquelles Lyon, ont lancé des chantiers importants (quartier de la Cité Internationale). Barcelone, Sydney ont capitalisé sur les Jeux Olympiques pour ensuite miser sur leur image, le renouvellement de la dynamique événementielle et de nouveaux équipements pour susciter l'envie des donneurs d'ordre et des congressistes de venir et surtout revenir. En Asie, le gouvernement chinois a impulsé la construction de 60 palais des congrès en 20 ans ; de très forts investissements sont effectués à Singapour, en Corée du Sud, Thaïlande, Malaisie, aux Émirats Arabes Unis (Dubai)<sup>25</sup>... Confortés par une communication soutenue et un fort marketing territorial, ces nouveaux venus engrangent des succès et répondent à l'appétence des touristes pour des lieux « à la mode ». Singapour a ainsi devancé Paris en 2007, première destination asiatique au top dans l'histoire du classement mondial. Une dizaine d'années plus tard, Séoul est également dans le trio de tête, même si la capitale de la Belgique est première en 2015<sup>26</sup>, démontrant que les lieux traditionnels gardent d'importants atouts, si ceux-ci sont mis en avant et actualisés.

*In fine*, mondialisation, stratégies touristiques volontaristes d'acteurs publics parfois associés à des acteurs privés, politiques de grands aménagements, dynamique métropolitaine et événementielle, et marketing territorial sont les éléments clés de la réussite dans le monde des congrès.

Le « tourisme d'affaires » englobe différentes opérations, dont certaines ont peu à voir avec les « affaires ». Cette dénomination se révèle ainsi peu explicite et des acteurs (académiques, institutionnels, professionnels) tentent encore de trouver une terminologie appropriée. Le tourisme de réunions et de congrès possède *a contrario* une morphologie homogène. Il reste néanmoins un secteur complexe. En effet, c'est une activité touristique élitiste, localisée préférentiellement dans les grandes stations et les métropoles. Cette localisation reflète la connexion entre ce marché touristique à forte valeur ajoutée et les processus supérieurs de la mondialisation (commandement politique et économique, niveau scientifique, connectivité, internationalisation etc.). Les enjeux de l'accueil de congrès, notamment internationaux, sont ainsi économiques, scientifiques, culturels, communicationnels (image et notoriété) et politiques (reconnaissance de la qualité du territoire à l'échelle internationale). Cette forme touristique améliorerait la compétitivité et l'attractivité de la cité d'accueil, voire du pays, dans la compétition mondiale. De nos jours, les destinations de congrès traditionnelles (en Europe, Amérique du Nord et Japon) et émergentes (en Asie du Sud-Est, Chine, Corée du Sud...) confortent leurs atouts et mettent en place des politiques volontaristes pour peser sur ce marché en expansion, mais aussi en recomposition.

.....

25. Dubai représente à lui-seul près de 80 % des congrès accueillis au sein des Émirats arabes unis, (UAI, 2016).

26. UAI, 2016.

## BIBLIOGRAPHIE

- Atout France, (2015), *Mémento 2015, Filière des rencontres et événements professionnels*, <http://atout-france.fr/publications/memento-2015-filiere-des-rencontres-et-evenements-professionnels>
- CHRISTOFLE S., (2012), « Exploration d'un système interfacique et de ses dynamiques: application au tourisme de réunions et de congrès », *Revue SHS Web of Conferences*, Vol. 3, <http://dx.doi.org/10.1051/shsconf/20120302003>
- CHRISTOFLE S., FABRY N., MORSCHEL J., (2013) « Paris et le tourisme de réunions et de congrès, une métropole en compétition », in Gravari-Barbas M. et Fagnoni E. *Métropolisation et tourisme: comment le tourisme redessine Paris*, Paris, Belin, coll. Mappemonde, pp. 160-178.
- CHRISTOFLE S., (2014), *Tourisme de réunions et de congrès: mutations, enjeux et défis*, Perpignan, Balzac.
- FABRY N., (2016), « Les enjeux du tourisme d'affaires pour la France », *Cahiers français*, n° 393, *La Documentation française*, pp. 58-63.
- FIGHIERA G.C., TOSETTO P.A., (2001), *Congressi e convegni aziendali, manuale operativo*, Rome, Carocci Editore.
- Observatoire du Tourisme-Touriscope, (2016), *Comptes du tourisme: Évolution des dépenses par visiteur* <http://www.cotedazur-touriscope.com/v2/statistiques/?action=tableaux&yann=COMPTE>
- Organisation Mondiale du Tourisme, (2014), « Global Report on the Meetings Industry », AM Reports, Vol. 7.
- De SÈZE B., (2002), *Panorama du tourisme d'affaires*, (2013), Synthèse, <http://bel.uqtr.ca/696/1/6-19-1894-20070219-1.pdf>
- Union des Associations Internationales (UAI), (2016), *International Meetings Statistics report for the year 2015*, Bruxelles.
- Union Française des métiers de l'événement, (2014), *Bilan chiffré 2013 de la filière des métiers de l'événement*, et (2016), *Bilan chiffré 2015 de la filière des métiers de l'événement*, Paris, UNIMEV, coll. Chiffres et Études.
- WEBER K., CHON K., (2002), *Convention Tourism, international research and industry perspectives*, New York, London, Oxford, The Haworth Hospitality Press.